

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE
PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS**

**PLANO DE NEGÓCIO DE UMA CAFETERIA NOS PADRÕES
NORTE-AMERICANOS**

CURITIBA

2015

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE
PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS**

Juliane Roncovsky Burakosky

**PLANO DE NEGÓCIO DE UMA CAFETERIA NOS PADRÕES
NORTE-AMERICANOS**

Monografia apresentada ao Departamento de Contabilidade do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná, como requisito para obtenção do título de especialista em Gestão de Negócios.

Prof. Orientador: MSc. Luiz Carlos de Souza

CURITIBA

2015

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a minha avó, Odila Dissenha Burakosky, que não está mais entre nós. Cumpriu muito bem o seu papel aqui na terra, deixando muitos ensinamentos e alegrias.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, José Hamilton Burakosky e Marilene Roncovsky Burakosky, pelo incentivo e apoio em todos os momentos.

Ao meu namorado, Derick Landal Athayde, pelo companheirismo de sempre.

Ao meu orientador, Luiz Carlos de Souza, pelo apoio na elaboração deste trabalho.

A Universidade Federal do Paraná, seu corpo docente, pelos ensinamentos transmitidos e caminhos mostrados.

RESUMO

Levando em consideração o grande faturamento e sucesso de Cafeterias (principalmente da *Starbucks*) em outros países, este trabalho tem como objetivo analisar se os mesmos padrões se aplicados na cidade de Curitiba teriam o mesmo resultado. Sabe-se que a *Starbucks* tem um faturamento bem expressivo – receita líquida de US\$ 4,6 bilhões em seu segundo trimestre fiscal de 2015 – e que existe uma relação muito próxima do brasileiro e o café. Por conta dessas informações, é possível encontrar nesse trabalho alguns dados muito importantes sobre: O café e o consumo do mesmo; Equipamentos necessários para a abertura de uma Cafeteria; A previsão de custos e despesas; Fornecedores; A previsão de venda em um mês para que se possa ter lucro e entre outras informações.

ABSTRACT

Considering the big billing and success of many Cafeterias (mainly *Starbucks*) in other countries, this study aims to examine whether the same standards if applied in Curitiba would have the same result. It is well known that *Starbucks* has a very significant revenue – net revenue of \$ 4.6 billion in its fiscal second quarter 2015 – and that there is a close relationship between the Brazilian and coffee. Because of this information, you can find in this work some very important data: Coffee and its consumption; Equipment needed to open a Cafeteria; The anticipated costs and expenses; Suppliers; The sales forecast in a month so you can make a profit and so on.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Evolução do Consumo Interno de Café - Fonte: ABIC	17
Figura 2: Brasil Tomando mais Café - Fonte: ABIC	18
Figura 3: Cafeteira Industrial Inox 20 Litros.....	21
Figura 4: Chapa à Gás 80 cm	21
Figura 5: Extrator Espremedor de Frutas Industrial Inox.....	22
Figura 6: Estufa para Salgados com 8 Bandejas	22
Figura 7: Filtro de Água de Alta Vazão.....	23
Figura 8: Fogão Industrial com Forno	23
Figura 9: Expositor Vertical 414 l e <i>Freezer</i> Vertical 121 l.....	24
Figura 10: Gaveteiro Inox para Depósito de Borra	24
Figura 11: Lava-Louças Eletrônica.....	25
Figura 12: Liquidificador Industrial Alta Rotação Copo de 2 l.....	25
Figura 13: Cafeteira de Café Profissional.....	26
Figura 14: Moinho de Café Profissional	26
Figura 15: Vitrine Refrigerada para Doces	27
Figura 16: Galeria Glaser - Possível Localização da Cafeteria	31
Figura 17: A Seta Indica a Possível Localização da Cafeteria e os Nomes em Negrito Indicam os Concorrentes	31

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Equipamentos Indispensáveis para o Funcionamento e uma Cafeteria	27
Tabela 2: Materiais Necessários para o Funcionamento de uma Cafeteria	29
Tabela 3: Móveis Necessários para o Funcionamento de uma Cafeteria	29
Tabela 4: Lista de Fornecedores.....	36
Tabela 5: Previsão de Custos e Despesas para o Primeiro Ano.....	37
Tabela 6: Análise dos Custos x Valores de Venda dos Produtos.....	39
Tabela 7: Análise dos Custos x Valores de Venda dos Produtos para ser Lucrativo	39

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
1.1. DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA.....	10
1.2. QUESTÃO DE PESQUISA	12
1.3. OBJETIVOS	12
1.3.1. Objetivo Geral.....	13
1.3.2. Objetivos Específicos	13
2. ASPECTOS METODOLÓGICOS	14
2.1 TIPOLOGIA DE PESQUISA.....	14
2.2 PROCEDIMENTOS DE PESQUISA	14
3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
3.1 ADMINISTRAÇÃO	15
3.2 EMPREENDEDORISMO	16
3.3 CAFÉ/CAFETERIAS NO BRASIL	16
3.4 PLANO DE NEGÓCIOS.....	18
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	20
4.1. ESTRUTURA DA CAFETERIA	20
4.1.1. Equipamentos Indispensáveis	20
4.1.2. Outros Materiais Necessários para o Funcionamento de uma Cafeteria	
28	
4.1.3. Móveis Necessários para o Funcionamento de uma Cafeteria	29
4.2. LOCALIZAÇÃO	29
4.3. RECURSOS HUMANOS.....	32
4.4. FORNECEDORES	34
4.5. PREVISÃO DE CUSTOS E DESPESAS PARA O PRIMEIRO ANO.....	37
4.6. CUSTOS X VALOR DE VENDA DOS PRODUTOS.....	38
4.7. QUANTO QUE É LUCRATIVO?	39
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	41
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44

1. INTRODUÇÃO

O país apresenta um mercado propício para as Cafeterias, pois hoje há um grande consumo de café. Buscando aproveitar esse mercado, a ideia é estudar mais a fundo as possibilidades de se abrir uma Cafeteria na cidade de Curitiba. A Cafeteria será em padrões norte-americanos, para que assim possa haver um diferencial entre as demais Cafeterias hoje existentes.

Segundo a Valor.com.br: *“A Starbucks, maior rede mundial no setor de Cafeteria, reportou a receita líquida de US\$ 4,6 bilhões em seu segundo trimestre fiscal de 2015, encerrado em 29 de março, com crescimento recorde de 18% na comparação anual. Houve uma expansão global de 7% nas vendas nas lojas – a companhia abriu 210 novas unidades no segundo trimestre, incluindo a loja número 5 mil na China, alcançando um total mundial de 22.088 casas de café. O lucro líquido atingiu US\$ 494,9 milhões, 15,9% maior que os US\$ 427 milhões de um ano antes. O lucro operacional cresceu 21% no segundo trimestre, comparado a igual período de 2014, atingindo US\$ 775,5 milhões. A margem operacional passou para 17% ante 16,6% um ano antes.”*

De acordo com todos esses dados de crescimento, expansão e sucesso, é impossível negar que esse ramo da alimentação é viável nas mais diversas partes do planeta, porém é preciso estudar para ver se o mesmo é aplicável em Curitiba.

1.1. DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA

A Descrição da Situação Problema envolve trazer para a realidade local um padrão de negócio que é amplamente explorado em outros países (para a pesquisa levarei em conta os negócios especificamente localizados nos Estados Unidos).

Cafeterias são vastamente encontradas em várias localidades da cidade. O padrão dos estabelecimentos e dos serviços neles oferecidos são muito parecidos, não dando aos clientes muita opção de escolha por produtos diferenciados. Por conta disso, surgiu a ideia de quebrar esse “padrão” e trazer para mais perto os padrões que fazem tanto sucesso fora do país.

O que se pode perceber quando frequentamos uma Cafeteria é que existem vários produtos disponíveis para o consumo imediato (cafés, salgados, pães, e

assim por diante) no local, obrigando as pessoas a permanecerem no local. Sabe-se que com o passar do tempo, as pessoas estão cada vez mais atarefadas, tornando cada minuto extremamente precioso. Levando em conta essa situação, as Cafeterias com o sistema “*to go*” ou “para viagem” são bastante promissoras.

Analisando o cotidiano no centro de Curitiba no período da manhã, é claramente visível que as pessoas costumam sim comprar o seus cafés e acompanhamentos nos poucos lugares abertos por volta das 7 ou 8 horas da manhã. A maioria das pessoas não se importa em pagar R\$ 1,00 ou R\$ 3,50, o importante é que aquilo que ela está comprando para o seu café da manhã atenda as suas necessidades para o momento (fome e principalmente: tempo).

Desde o momento que surgiu a ideia desse projeto, comecei a reparar em casa lugar e em cada pessoa. Realmente, me surpreendi com a falta de preparo dos estabelecimentos para atender esse público. Faltam tipos variados de cafés, acompanhamentos, recipientes para transporte, espaço, conforto, preparo dos atendentes, vontade para atender os clientes, e mais infinitos pontos a serem listados.

Prover aos clientes mais opções de escolha, criar um ambiente acolhedor e um serviço que atenda as suas necessidades é um desafio. É preciso analisar e estudar muito bem esse sistema de Cafeterias que funciona tão bem nos Estados Unidos. Claro, será preciso adaptar muitas coisas ao mercado brasileiro, contudo o Plano de Negócio está sendo feito para possibilitar o estudo de cada questão e no fim, ter algo mais concreto em relação ao negócio.

1.2. QUESTÃO DE PESQUISA

Por mais que exista uma vasta gama de Cafeterias em Curitiba, pode-se perceber que ainda existe muito espaço para o crescimento desse negócio. A própria *Starbucks*, que será ainda muito referenciada nesse projeto, vê no mercado nacional uma possibilidade de crescimento. Seja a seguir dados sobre a *Starbucks* que servem como base para o meu estudo de viabilidade:

“A *Starbucks* teve outro ano recorde de vendas em 2013 – apenas no primeiro trimestre fiscal americano a empresa registrou lucro de 540,7 milhões de dólares.”

“Com mais de 19.000 lojas espalhadas em 50 países, a *Starbucks* é uma das maiores redes de Cafeteria do mundo. Ao desembarcar no país, em dezembro de 2006, a companhia focou no eixo Rio-São Paulo para cativar o público e consolidar a marca. Agora, sete anos depois, os planos são outros. Com intenção de expandir para outras regiões do Brasil, a empresa de Seattle está migrando para o interior dos dois estados onde já atua. Cidades como Jundiaí, Campinas, Sorocaba, no interior paulista, e Niterói, no Rio, já contam com lojas e bom ritmo de vendas.”

Visando buscar a mesma linha da *Starbucks*, porém em Curitiba, a Questão de Pesquisa é:

Existe viabilidade econômica para uma Cafeteria nos padrões norte-americanos em Curitiba?

1.3. OBJETIVOS

Nesta seção, serão apresentados o Objetivo Principal e os Objetivos Específicos do projeto.

1.3.1. Objetivo Geral

O Objetivo Geral é estudar o mercado de Cafeterias em Curitiba e ver a sua viabilidade. O foco do estudo tende para o diferencial estrutural (seguindo os padrões norte-americanos) e também no cardápio da Cafeteria, sendo que os produtos e o sistema de preparo são baseados em redes de *fast-food*.

1.3.2. Objetivos Específicos

Os Objetivos Específicos abaixo são a ponte para alcançar o Objetivo Principal:

- Definir se a abertura da Cafeteria em Curitiba nos padrões especificados (norte-americanos) é viável ou não;
- Procurar o melhor ponto para a abertura da Cafeteria;
- Definir o público alvo;
- Estipular o cardápio que agrade o maior número de pessoas;
- Identificar as ameaças e oportunidades do mercado;
- Mapear os custos, sendo eles: Custos com a compra de equipamentos, locação ou compra de ponto, contratação de pessoas, treinamento, manutenção mensal, despesas fundamentais para o funcionamento e assim por diante.

2. ASPECTOS METODOLÓGICOS

A metodologia da pesquisa está dividida em Tipologia de Pesquisa e Procedimento de Pesquisa.

2.1 TIPOLOGIA DE PESQUISA

Para esta pesquisa, serão utilizados os seguintes métodos:

Pesquisa Pura: Esclarecimento das dúvidas com relação ao negócio e aquisição de conhecimento para que se alcance uma conclusão sobre a viabilidade do negócio.

Pesquisa Exploratória: Como o próprio nome diz, é explorar o assunto para chegar a hipóteses mais claras e precisas. Caso o plano de negócio seja efetivamente implementado no futuro, eu terei uma carga de conhecimento muito superior e possuirei informações que serão decisivas para a tomada de decisões.

Método Qualitativo: O foco não é representatividade numérica, e sim mensurar e permitir o teste de hipótese e explicar o porquê que a abertura de uma Cafeteria em Curitiba nos padrões norte-americanos é viável ou não.

2.2 PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

Como serão utilizados métodos qualitativos para esta pesquisa, o Estudo de Caso é o mais apropriado. O objetivo é aprofundar e amadurecer a ideia da abertura de uma Cafeteria, é preciso que os questionamentos referentes a isso sejam esclarecidos.

Dados serão coletados dos negócios hoje existentes. Serão também estudados os casos de sucessos, para que se possa tirar o que há de melhor em cada negócio (*Benchmarking*).

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para a compreensão do trabalho serão abordados alguns conceitos, tais como:

- Administração;
- Empreendedorismo;
- Café/Cafeterias no Brasil;
- Plano de Negócios.

3.1 ADMINISTRAÇÃO

Administração significa gerir um bem, zelar por negócios dos que os possuem, portanto é a prática de gerir. Então, a administração é vista “[...] como processo de planejar para organizar, dirigir e controlar recursos humanos, materiais, financeiros e informacionais visando à realização de objetivos.” (MARTINS, 1999, p.24).

3.2 EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo, segundo Dornelas (2005, p.39) indica “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”. Considera-se que o empreendedorismo implica em fazer algo novo e diferente, “mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor”. Deve-se considerar o empreendedorismo não somente nas pequenas e novas empresas como é comum, mas também nas grandes e tradicionais organizações, através do empreendedorismo, a inovações que as façam continuar fortes.

No Brasil, ser bem sucedido como empreendedor não é tarefa fácil, mas aqueles que conseguem tornam-se referência pela ousadia, criatividade, inovação e persistência, que geralmente acompanham estes indivíduos diferenciados. E o melhor de tudo é que todos podem aprender com estes exemplos e utilizar esse aprendizado de forma a melhorar as suas chances de sucesso. (DORNELAS, 2005, p.13)

O conceito de empreendedorismo desenvolvido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, o empreendedor é o indivíduo que possui ou busca desenvolver uma atitude de inquietação, ousadia e pró-atividade na relação com o mundo, condicionada por características pessoais, pela cultura e pelo ambiente, que favorece a interferência criativa e realizadora, no meio em busca de ganhos econômicos e sociais.

3.3 CAFÉ/CAFETERIAS NO BRASIL

De acordo com o Guia de Cafeterias do Brasil 2014 (Café Editora), “o país está no topo do *ranking* quando o assunto é a produção e a exportação do grão, e em segundo lugar no consumo mundial, atrás dos Estados Unidos”.

A ABIC afirma que: “O consumo interno de café no Brasil em 2013, registrou uma retração de -1,23%, totalizando 20,08 milhões de sacas, contra 20,33 milhões de sacas em 2012. O consumo *per capita* resultou em 4,87 Kg café torrado/habitante

ao ano, (6,09 Kg café verde/habitante ao ano), em comparação com os 4,98 Kg café torrado/habitante ao ano em 2012”.

Há muitas formas de atrair clientes para as Cafeterias. Recentemente em Curitiba, um festival focado em café foi lançado – Festival *Drink Good Coffee* Curitiba –. Como se pode encontrar no site do festival: “*Movimento que nasce em Curitiba, com união de grandes entusiastas (donos de cafeteiras, baristas e claro consumidores) de cafés especiais. O objetivo é divulgar a Cultura do Café na cena local, permitindo que o público tenha uma experiência multissensorial, conheça novos lugares, métodos e principalmente a qualidade dos Cafés preparados nas casas especializadas participantes do movimento*”.

O gráfico abaixo mostra a evolução do consumo interno de café no Brasil.

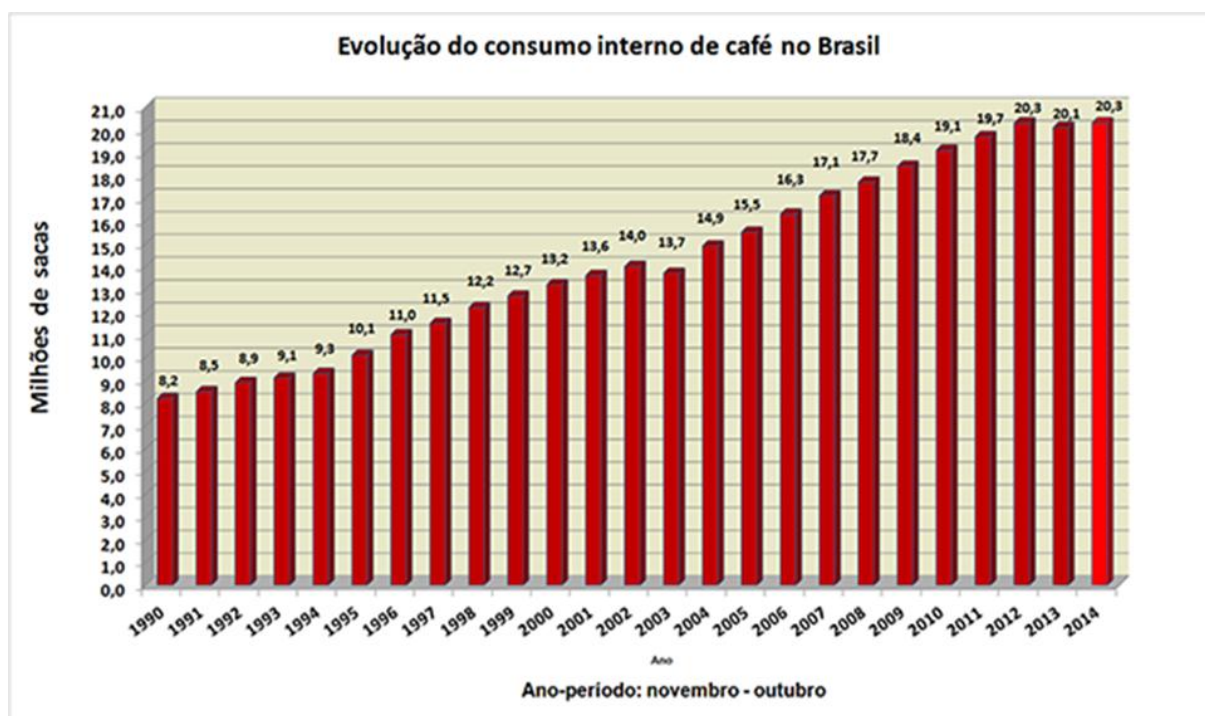


Figura 1: Evolução do Consumo Interno de Café - Fonte: ABIC

O Brasil é o lugar certo para investir em Cafeterias, veja o gráfico abaixo que demonstra como o mercado brasileiro é forte no consumo de café.

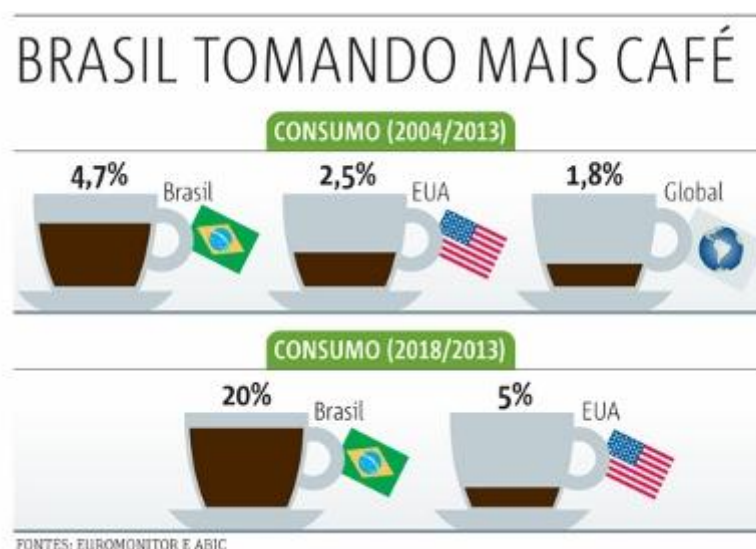


Figura 2: Brasil Tomando mais Café - Fonte: ABIC

3.4 PLANO DE NEGÓCIOS

O plano de negócio envolve todas as áreas da administração. É um conjunto de planos com um único objetivo, subsidiar a tomada de decisões.

O plano de negócios é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento, e ainda, permite ao empreendedor situar-se no ambiente de negócios (DORNELAS, 2005, p. 98).

[...] o plano de negócios é parte fundamental do processo empreendedor. Empreendedores precisam saber planejar suas ações e delinear as estratégias da empresa a ser criada ou em crescimento. A principal utilização do plano de negócios é a de prover uma ferramenta de gestão para o planejamento e desenvolvimento inicial de uma *startup*. (DORNELAS, 2001, p.91).

O plano de negócios é um documento formulado pelos gestores com o objetivo de planejar um empreendimento ou negócio, em estágio inicial ou não, para

que seja possível o delineamento e definição de estratégias organizacionais de atuação para o futuro (DORNELAS, 2011, p.4). Chiavenato (2005, p.128) reitera essa ideia quando afirma que “o plano de negócios é um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento, que define suas principais características e condições para proporcionar uma análise da sua viabilidade e dos seus riscos, bem como para facilitar sua implantação”. O plano de negócios só poderá funcionar efetivamente como uma ferramenta de gerenciamento se for possível que as informações contidas neste documento circulem de forma satisfatória por toda a organização. Logo, as informações que são contempladas durante a elaboração do plano devem ser utilizadas internamente, uma vez que servem tanto para guiar os esforços de todos os colaboradores, quanto para validar esses esforços de melhoria que ocorrem dentro da empresa para o alcance de um objetivo comum (DORNELAS, 2011, p.108).

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Para analisar a viabilidade de uma Cafeteria no centro de Curitiba, algumas informações e dados importantes precisam ser analisados. Abaixo, o estudo detalhado destes dados.

4.1. ESTRUTURA DA CAFETERIA

Para a estrutura da Cafeteria, vários itens são essenciais para o total funcionamento. A seguir, o estudo aprofundado dos itens que vão desde a máquina do café espresso até os produtos de limpeza.

4.1.1. Equipamentos Indispensáveis

Para a montagem inicial, alguns equipamentos são indispensáveis. Confira abaixo alguns deles:

Cafeteira Industrial

Detalhes: Cafeteira Industrial Inox 20 Litros. Capacidade para água é de 35 litros, porém é capaz de produzir 20 litros de café.

Descrição: Será utilizada para a elaboração de *drinks* e também para servir os clientes que não estão dispostos em pagar por um café *gourmet*. Como é produzido em grande quantidade, o preço acaba saindo mais em conta.

Preço: R\$ 1.340,00.



Figura 3: Cafeteira Industrial Inox 20 Litros

Chapa

Detalhes: Chapa à Gás 80 cm.

Descrição: Será utilizada para a preparação de sanduíches, seja para aquecer os pães, presuntos e queijos ou também grelhar os vegetais.

Preço: R\$ 549,00.



Figura 4: Chapa à Gás 80 cm

Espremedor de Frutas

Detalhes: Extrator Espremedor de Frutas Industrial Inox.

Descrição: Será utilizado para a extração dos sucos de fruta (laranja e limão). A Cafeteria preza muito a qualidade dos produtos, inclusive dos produtos que não fazem parte do carro-chefe (café).

Preço: R\$ 299,90.



Figura 5: Extrator Espremedor de Frutas Industrial Inox

Estufa para Salgados

Detalhes: Estufa para Salgados com 8 Bandejas.

Descrição: Nesta estufa, onde a temperatura pode ser elevada a até 200°C, serão expostos os salgados. Os mesmos permanecerão quentinhos para serem prontamente servidos aos clientes.

Preço: R\$ 569,00.



Figura 6: Estufa para Salgados com 8 Bandejas

Filtro de Água

Detalhes: Filtro de Água de Alta Vazão.

Descrição: A qualidade e temperatura da água têm impacto no sabor final do café, podendo até arruinar um café *gourmet* de excelente qualidade.

Preço: R\$ 153,89.



Figura 7: Filtro de Água de Alta Vazão

Fogão com Forno

Detalhes: Fogão Industrial com Forno.

Descrição: Fogão é indispensável para qualquer estabelecimento do ramo alimentício. O fogão será utilizado para a preparação de, por exemplo, cremes. Já o forno será utilizado para o aquecimento de salgados. Poderá também ser utilizados eventualmente para assar bolos.

Preço: R\$ 1.399,00.



Figura 8: Fogão Industrial com Forno

Freezer Vertical e Expositor Vertical

Detalhes: *Freezer Vertical 121 l* e *Expositor Vertical 414 l*.

Descrição: O *freezer* vertical será utilizado para a armazenagem dos produtos utilizados para a produção dos *drinks* e sanduíches e também para armazenar os produtos congelados (doces e salgados). As bebidas em latas e garrafas ficarão expostas no expositor vertical.

Preço: Freezer Vertical – R\$ 1.139,05 e Expositor Vertical - R\$ 3.299,90.



Figura 9: Expositor Vertical 414 I e Freezer Vertical 121 I

Gaveta para Borra

Detalhes: Gaveteiro Inox para Depósito de Borra.

Descrição: Ideal para colocação em bancada, próximo à máquina, para depositar a borra do café.

Preço: R\$ 390,00.



Figura 10: Gaveteiro Inox para Depósito de Borra

Lava-Louças

Detalhes: Lava-Louças Eletrônica.

Descrição: É indispensável para a agilidade e completa higienização das louças utilizadas na Cafeteria.

Preço: R\$ 6.299,10.



Figura 11: Lava-Louças Eletrônica

Liquidificador

Detalhes: Liquidificador Industrial Alta Rotação Copo de 2 l.

Descrição: Liquidificador será utilizado no preparo de sucos naturais e cremes.

Preço: R\$ 311,91.



Figura 12: Liquidificador Industrial Alta Rotação Copo de 2 l

Máquina de Café Profissional

Detalhes: Cafeteira de Café Profissional com Alto Desempenho.

Descrição: Para os clientes mais exigentes, há a opção de café espressos. Com essa máquina. Basta pressionar um botão para o equipamento moer os grãos, dosar o café e preparar o famoso e tradicional café espresso italiano diretamente na xícara.

Preço: R\$ 15.799,00.



Figura 13: Cafeteira de Café Profissional

Moinho de Café

Detalhes: Moinho de Café Profissional.

Descrição: Moinho automático com dosador.

Preço: R\$ 3.225,25.



Figura 14: Moinho de Café Profissional

Vitrine Refrigerada

Detalhes: Vitrine Refrigerada para Doces.

Descrição: A vitrine será utilizada para a exposição dos doces.

Preço: R\$ 4.239,90.



Figura 15: Vitrine Refrigerada para Doces

O custo total da compra dos equipamentos indispensáveis para uma Cafeteria é de R\$ 34.775,00.

Item	Preço
Cafeteira Industrial	R\$ 1.340,00
Chapa	R\$ 549,00
Espremedor de Frutas	R\$ 299,90
Estufa para Salgados	R\$ 569,00
Filtro de Água	R\$ 153,89
Fogão com Forno	R\$ 1.399,00
Freezer Vertical e Expositor Vertical	R\$ 4.438,95
Gaveta para Borra	R\$ 390,00
Lava-Louças	R\$ 6.299,10
Liquidificador	R\$ 311,91
Máquina de Café Profissional	R\$ 15.799,00
Moinho de Café	R\$ 3.225,25
Vitrine Refrigerada	R\$ 4.239,90
Total =	R\$ 34.775,00

Tabela 1: Equipamentos Indispensáveis para o Funcionamento e uma Cafeteria

4.1.2. Outros Materiais Necessários para o Funcionamento de uma Cafeteria

A seguir, a listagem dos demais materiais necessários para o funcionamento de uma Cafeteria:

- Computador e Sistema para o Gerenciamento da Cafeteria;
- Copos com Alça para Bebidas Quentes (20 unidades);
- Copos Pequenos para Água Mineral (20 unidades);
- Copos sem Alça para Bebidas Frias (20 unidades);
- Garrafas para o Preparo de *Chantilly* (2 unidades);
- Leiteiras Italianas – *Pitcher* Inox (2 unidades);
- Pratos (30 unidades);
- Polvilhadores para Canela, Noz Moscada, Chocolate em Pó e outros Ingredientes para Acompanhar/Enfeitar os *Drinks* (6 unidades);
- Taças para *Shakes* (10 unidades);
- Talheres – Tamanhos Diferenciados de Facas, Garfos, Colheres, etc. (em média 200 unidades);
- Xícaras de Chá (20 unidades);
- Xícaras Médias (20 unidades);
- Xícaras Pequenas (20 unidades);
- Descartáveis para Alimentos e *Drinks To Go*:
 - Bandejas/Estojo/Potes;
 - Canudos;
 - Copos dos mais Diversos Tamanhos;
 - Guardanapos;
 - Mexedores;
 - Pratos;
 - Protetor/Suporte Térmico;
 - Sacos de Papel;
 - Sacos Plásticos;
 - Talheres;
 - Tampas;
 - Entre outros.

Item	Quantidade	Preço
Computador	1	R\$ 2.847,00
Copos com Alça para Bebidas Quentes	20	R\$ 338,00
Copos Pequenos para Água Mineral	20	R\$ 318,00
Copos sem Alça para Bebidas Frias	20	R\$ 199,67
Garrafas para o Preparo de <i>Chantilly</i>	2	R\$ 598,00
Leiteiras Italianas – <i>Pitcher</i> Inox	2	R\$ 137,00
Polvilhadores	6	R\$ 215,40
Pratos	30	R\$ 510,00
Sistema para o Gerenciamento da Cafeteria	1	R\$ 1.500,00
Taças para <i>Shakes</i>	10	R\$ 200,00
Talheres	200	R\$ 356,67
Xícaras de Chá	20	R\$ 299,67
Xícaras Médias	20	R\$ 240,00
Xícaras Pequenas	20	R\$ 380,00
Total =		R\$ 8.139,40

Tabela 2: Materiais Necessários para o Funcionamento de uma Cafeteria

4.1.3. Móveis Necessários para o Funcionamento de uma Cafeteria

Como a loja não é muito grande – 25 m² – inicialmente a ideia é ter:

- 1 Balcão de madeira com 4 cadeiras altas;
- 1 mesa com 2 bancos almofadados;
- 2 mesas (tipo bistrô) com 2 lugares;
- 2 mesas com 4 lugares.

Item	Quantidade	Preço
Balcão de Madeira com 4 Cadeiras Altas	1	R\$ 4.180,00
Mesa com 2 Bancos Almofadados	1	R\$ 1.650,00
Mesas (Tipo Bistrô) com 2 Lugares	2	R\$ 698,00
Mesas com 4 Lugares	2	R\$ 1.060,00
Total =		R\$ 7.588,00

Tabela 3: Móveis Necessários para o Funcionamento de uma Cafeteria

4.2. LOCALIZAÇÃO

Localização proposta para a Cafeteria é: Rua Visconde do Rio Branco, 1630, Centro – Curitiba.

A loja possui 25 m² e o valor do aluguel é de R\$ 2.000,00 mensais.

Por que está localização foi escolhida? Porque aos arredores desta localização, há muitos clientes em potencial, como: Funcionários que trabalham em edifícios comerciais, hóspedes de hotéis, turistas (que visitam alguns pontos turísticos, como: Rua 24 Horas, Praça Osório, etc.), clientes/pacientes que transitam pela região para chegar até os prédios comerciais, estudantes de cursinhos preparatórios para vestibular, estudantes de universidades, etc.

É possível listar alguns centros comerciais extremamente importantes na região, onde com certeza há muitos clientes em potencial:

- Galeria Glaser - Anexo ao Centro Empresarial Glaser;
- Rua 24 Horas;
- Edifício Século XXI;
- Edifício *Corporate Evolution*;
- *Shopping Omar*;
- *Executive Center Everest*;
- Edifício *Saint Louis Business Center*;
- Curitiba *Trade Center*;
- Centro Empresarial Emiliano Pernet;
- Edifício Comercial Sul;
- *Workspace Brigadeiro*;
- *Universe Life Square* (o edifício mais alto de Curitiba e o 10º mais alto do Brasil);
- Entre muitos outros.

A Praça Osório e Boca Maldita possuem um contexto histórico e nostálgico, é inevitável passar por lá e não perceber os grupos de senhores jogando conversa fora e bebendo um bom café. As Cafeterias naquela região vivem cheias de pessoas e de boas conversas. A ideia é trazer um pouco desse clima e a necessidade de um café para esse novo negócio.

4.3. RECURSOS HUMANOS

Para um bom funcionamento de uma Cafeteria, são necessários inicialmente 4 funcionários:

- Funcionário 1: Responsável pelo caixa;
- Funcionário 2: Responsável pelo preparo de *drinks*;
- Funcionário 3: Responsável por servir os clientes, recolher as louças deixadas pelos clientes e limpeza.

Estratégia: Para que o pedido seja rapidamente entregue ao cliente no sistema *to go*, é fundamental que o funcionário responsável pelo caixa fique ao lado do funcionário responsável pelo preparo dos *drinks*. Pois assim quando o cliente faz o pedido para o funcionário do caixa, o funcionário responsável pelos *drinks* está perto o suficiente para já ir preparando o pedido para o cliente. Assim, quando o cliente termina de pagar pelo seu pedido, o mesmo já estará quase pronto para ser entregue. Esta estratégia é claramente visível na *Starbucks*.

Os funcionários 1 e 2 têm a função exclusiva de servir os clientes, recolher as louças e limpeza do local. Porém nada impede que os funcionários 1 e 2 façam o mesmo serviço quando não há clientes para atender em seus respectivos lugares (caixa e preparo de *drinks*).

Todos os funcionários devem ser bem treinados para que o atendimento aos clientes seja impecável. Um ótimo atendimento é um dos segredos de sucesso de qualquer empreendimento.

Custo de 3 Funcionários no Regime CLT:

Cada funcionário receberá R\$ 1.200,00 por mês mais os seguintes benefícios: Ticket Refeição de R\$ 12,00 por dia, Vale Transporte – 2 por dia – resultando no valor de R\$ 6,60 e Plano de Saúde.

O cálculo foi retirado do site Cálculo Exato:
<http://calculoexato.com.br/menu.aspx>

Cálculo do Valor Anual Líquido Recebido por um Empregado:

- Salário Mensal: **R\$ 1.200,00.**

- Ticket Refeição: R\$ 12,00.
- Vale Transporte: R\$ 6,60.
- Plano de Saúde: R\$ 220,00.

Extrato do Empregado:

- Salários: (R\$ 1.200,00 x 12) = R\$ 14.400,00.
- Décimo Terceiro: R\$ 1.200,00.
- Adicional de Férias: R\$ 400,00.
- **Total Anual Bruto: R\$ 16.000,00.**
- INSS: R\$ 1.296,00.
- IRPF (base R\$ 10.660,40, ajuste anual simplificado): R\$ 4.043,60.
- **Total Anual Líquido: R\$ 10.660,40.**
- Ticket Refeição (R\$ 12,00 x 235 dias) = R\$ 2.820,00.
- Vale Transporte (R\$ 6,60 x 235 dias) = R\$ 1.551,00.
- Plano Saúde (R\$ 220,00 x 12) = R\$ 2.640,00.
- **Total Anual Líquido, com Benefícios: R\$ 17.671,40.**
- Depósitos FGTS: R\$ 1.280,00.
- **Total Anual Líquido, com FGTS: R\$ 18.951,40.**

Extrato da Empresa

- Salários: (R\$ 1.200,00 x 12) = R\$ 14.400,00.
- Décimo Terceiro: R\$ 1.200,00.
- Adicional de Férias: R\$ 400,00.
- Ticket Refeição (R\$ 12,00 x 235 dias) = R\$ 2.820,00.
- Vale Transporte (R\$ 6,60 x 235 dias) = R\$ 1.551,00.
- Plano Saúde (R\$ 220,00 x 12) = R\$ 2.640,00.
- INSS (aproximado): R\$ 4.288,00.
- FGTS: R\$ 1.840,00.
- **Custo Anual Total da Empresa: R\$ 29.139,00.**
- **Custo Anual Total da Empresa para 3 Funcionários: R\$ 87.417,00.**

4.4. FORNECEDORES

Fornecedor 1: Cafés.

Irá fornecer os diferentes tipos de cafés para agradar os mais diferenciados públicos. Isso abrange desde o café que será usado para o preparo de drinks, até o café *gourmet*.

Fornecedor 2: Insumos.

Este fornecerá os insumos para a preparação de sanduíches e *drinks*. Como por exemplo: Pães, queijos, presunto, peito de peru, maionese, caldas, xaropes, licores, chocolates, chocolate em pó, leite, *chantilly*, sorvetes, canela, noz moscada, açúcar, adoçante, biscoitos, etc.

Fornecedor 3: Doces e salgados.

Este será responsável por fornecer os doces que ficarão disponíveis na vitrine refrigerada, tais como: Tortas, bolos, *muffins* e *cupcakes*. Também será responsável por fornecer os salgados que ficarão disponíveis na estufa para salgados, tais como: *Croissant*, folhados, pão de queijo, pão de batata, esfirra e empadão.

A escolha por receber estes produtos e não produzi-los na loja se deve por vários motivos:

- Praticidade. Muito mais fácil ter o produto já pronto do que passar por todo o processo de produção;
- Melhor aproveitamento de espaço. Não é preciso reservar um espaço específico na loja para a produção de doces e salgados;
- Economia de tempo. Não é preciso reservar certo período do dia para a produção dos alimentos;
- Foco do funcionário. O mesmo precisa focar exclusivamente ao atendimento dos clientes, melhorando assim a qualidade do atendimento. Funcionário “multitarefa” não consegue ter muito foco e acaba assim não conseguindo concluir com sucesso as tarefas a ele(a) designadas;
- Economia. Há a possibilidade também de contratar um funcionário exclusivamente para a produção de doces e salgados, porém os encargos empregatícios não compensam tal escolha;

- Disponibilidade;
- Matéria prima. Não é preciso se preocupar com a compra de produtos necessários para a produção dos doces e salgados;
- Controle de estoque. É mais fácil controlar o estoque os produtos prontos, do que controlar o estoque das matérias primas necessárias para a produção. A quantidade de matéria prima é muito maior que a quantidade de produtos finais.

Fornecedor 4: Frutas, verduras e legumes.

Fornecerá produtos para a produção de sucos e sanduíches. Serão servidos sucos naturais como: Abacaxi, laranja, limão, maracujá e morango. Sucos com frutas que estão fora de época, serão produzidos com polpas de frutas.

As verduras e legumes serão utilizados para a elaboração de sanduíches, tais como: Alface, rúcula, tomate, cenoura, beterraba, milho, etc.

Fornecedor 5: Bebidas Industrializadas.

As bebidas fornecidas pelo Fornecedor 5 ficarão disponíveis no Expositor Vertical. Com as bebidas industrializadas, o foco é atender aqueles clientes esporádicos, que entram no estabelecimento para comprar produtos para serem consumidos posteriormente. As bebidas serão: águas com e sem gás, águas com sabores e gaseificadas, chás, energéticos, néctares, refrigerantes e sucos.

Fornecedor 6: Descartáveis.

Como a Cafeteria oferece aos seus clientes os produtos no sistema *to go*, é inevitável ter um fornecedor confiável para fornecer os produtos que serão utilizados para tal finalidade. Como já foi descrito sessão 4.1.2 – Outros Materiais Necessários para o Funcionamento de uma Cafeteria – vários itens são necessários, tais como: Copos, tampas, canudos, e assim por diante.

Abaixo a tabela que mostra os possíveis gastos mensais com fornecedores:

Fornecedor	Preço
Bebidas Industrializadas	R\$ 560,00
Cafés	R\$ 717,50
Descartáveis – Previsão para 300 Unidades de cada Item	R\$ 1.296,00
Doces e Salgados	R\$ 2.250,00
Frutas, Verduras e Legumes	R\$ 180,00
Insumos	R\$ 600,00
	R\$ 5.603,50

Tabela 4: Lista de Fornecedores

4.5. PREVISÃO DE CUSTOS E DESPESAS PARA O PRIMEIRO ANO

Previsão de Custos e Despesas para o Primeiro Ano					
Detalhamento	Antes da Inauguração	Desembolso no 1º Mês	Desembolso no 2º Mês	Desembolso no 3º Mês	Desembolso em 1 Ano
Custos com Água, Luz e Telefone	R\$ 580,00	R\$ 2.350,00	R\$ 2.350,00	R\$ 2.350,00	R\$ 28.780,00
Custos com Empregados com Encargos (3x)	-	R\$ 7.284,75	R\$ 7.284,75	R\$ 7.284,75	R\$ 87.417,00
Custos com Equipamentos	R\$ 34.775,00	-	-	-	R\$ 34.775,00
Custos com Fornecedores	-	R\$ 5.603,50	R\$ 5.603,50	R\$ 5.603,50	R\$ 67.242,00
Custos com Higiene e Limpeza	R\$ 650,00	R\$ 170,00	R\$ 170,00	R\$ 170,00	R\$ 2.690,00
Custos com Móveis	R\$ 7.588,00	-	-	-	R\$ 7.588,00
Custos com Materiais	R\$ 8.139,40	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 8.859,40
Despesas com Aluguel do Imóvel	-	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00
Despesas com Documentações	R\$ 2.500,00	-	-	-	R\$ 2.500,00
Despesas com Inauguração	R\$ 5.000,00	-	-	-	R\$ 5.000,00
Despesas com Propaganda	R\$ 1.800,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 4.800,00
Despesas com Reforma do Espaço	R\$ 15.000,00	-	-	-	R\$ 15.000,00
Pró-Labore	-	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 48.000,00
				Total =	R\$ 288.651,40

Tabela 5: Previsão de Custos e Despesas para o Primeiro Ano

Investimento antes da Inauguração = **R\$ 76.032,40.**

Custos e Despesas Mensais = **R\$ 21.718,25.**

Custos com Fornecedores variam de acordo com as vendas no mês. Por conta disso, a previsão de R\$ 5.603,50 foi retirada nas próximas análises.

4.6. CUSTOS X VALOR DE VENDA DOS PRODUTOS

Alguns dos valores abaixo foram retirados do Kassai Café: Manual Como Montar uma Cafeteria – Passo a Passo, disponível no *link* que pode ser encontrado nas Referências Bibliográficas deste Plano de Negócio.

Vamos analisar o custo e preço de venda dos seguintes produtos: Café, *drink* no sistema *to go*: cappuccino e chocolate, salgados, doces e pão de queijo.

O **café gourmet** custa em média R\$ 45,00 o quilo e pode render até 110 xícaras. Portanto, cada café custa **R\$ 0,41**. Já o preço de venda pode ser: **R\$ 2,80**.

1 caixa com 1.000 unidades de **sache de açúcar/adoçante** custa em média R\$ 50,00. Cada unidade custa **R\$ 0,05**.

1 caixa de **leite integral** custa em média R\$ 2,00 e rende até 10 cappuccinos. Sendo assim, para cada cappuccino é gasto **R\$ 0,20**.

1 pacote de **chocolate** custa em média R\$ 10,00 e rende 100 doses. Cada dose custa **R\$ 0,10**.

1 balde de **pão de queijo** custa em média R\$ 45,00 e contém 45 unidades. Cada unidade custa **R\$ 1,00** e pode ser vendido por **R\$ 2,30**.

1 **salgado** ou **doce** custa em média R\$ 1,50 e pode ser vendido por **R\$ 3,50**.

Exemplo: Com base nesses dados, um cappuccino no sistema *to go* custaria: R\$ 0,41 (café) + R\$ 0,20 (leite) + R\$ 0,10 (chocolate) + R\$ 0,05 (sache de açúcar/adoçante) + R\$ 1,50 (descartáveis) = R\$ 2,26. O preço final para o consumidor pode ser R\$ 5,50.

Utilizando os dados acima e considerando que a quantidade média de venda diária dos produtos foram os seguintes, considerando 25 dias do mês:

Produtos	Custo Unitário	Venda Média Diária	Custo Diário	Custo Mensal	Preço de Venda	Valor de Venda Diária	Preço
Café	R\$ 0,41	70	R\$ 28,70	R\$ 717,50	R\$ 2,80	R\$ 196,00	R\$ 4.900,00
Cappuccino (<i>to go</i>)	R\$ 2,26	30	R\$ 67,80	R\$ 1.695,00	R\$ 5,50	R\$ 165,00	R\$ 4.125,00
Chocolate (<i>to go</i>)	R\$ 1,83	20	R\$ 36,60	R\$ 915,00	R\$ 5,00	R\$ 100,00	R\$ 2.500,00
Doces	R\$ 1,50	20	R\$ 30,00	R\$ 750,00	R\$ 3,50	R\$ 70,00	R\$ 1.750,00

Pão de Queijo	R\$ 1,00	30	R\$ 30,00	R\$ 750,00	R\$ 2,30	R\$ 69,00	R\$ 1.725,00
Salgados	R\$ 1,50	20	R\$ 30,00	R\$ 750,00	R\$ 3,50	R\$ 70,00	R\$ 1.750,00
						Total =	R\$ 16.750,00

Tabela 6: Análise dos Custos x Valores de Venda dos Produtos

O total de vendas no mês será de **R\$ 16.725,00**.

Custos Gerais + Custo Mensal = **R\$ 21.692,25**.

Custos Gerais – Vendas = **-R\$ 4.942,25**. Ou seja, haveria um prejuízo com a venda desses 5 produtos.

4.7. QUANTO QUE É LUCRATIVO?

A lucratividade indica a eficiência de uma empresa e é calculada por meio da seguinte fórmula: $\text{Lucratividade} = (\text{Lucro Líquido} / \text{Receita Total}) \times 100$.

Já o lucro líquido, é sua receita total deduzida de todas as despesas da sua empresa, incluindo os impostos, ou seja: $\text{Lucro Líquido} = \text{Receitas} - \text{Despesas}$.

Se o resultado da equação da lucratividade for acima de 0, significa que a empresa é, de fato, lucrativa.

Comparando a tabela anterior com a tabela a seguir, foram acrescentados 5 produtos (de 6 para 11) e o número de vendas diária passa a ser de 190 para 255.

Produtos	Custo Unitário	Venda Média Diária	Custo Diário	Custo Mensal	Preço de Venda	Valor de Venda Diária	Preço
Bebidas Industrializadas	R\$ 1,50	20	R\$ 30,00	R\$ 750,00	R\$ 3,00	R\$ 60,00	R\$ 1.500,00
Café	R\$ 0,41	50	R\$ 20,50	R\$ 512,50	R\$ 2,80	R\$ 140,00	R\$ 3.500,00
Café Latte	R\$ 1,00	30	R\$ 30,00	R\$ 750,00	R\$ 3,80	R\$ 114,00	R\$ 2.850,00
Cappuccino (to go)	R\$ 2,26	25	R\$ 56,50	R\$ 1.412,50	R\$ 5,50	R\$ 137,50	R\$ 3.437,50
Chocolate (to go)	R\$ 1,83	25	R\$ 45,75	R\$ 1.143,75	R\$ 5,00	R\$ 125,00	R\$ 3.125,00
Doces	R\$ 1,50	10	R\$ 15,00	R\$ 375,00	R\$ 3,50	R\$ 35,00	R\$ 875,00
Espresso Carioca	R\$ 0,62	20	R\$ 12,40	R\$ 310,00	R\$ 3,00	R\$ 60,00	R\$ 1.500,00
Irish Coffee	R\$ 4,50	5	R\$ 22,50	R\$ 562,50	R\$ 11,50	R\$ 57,50	R\$ 1.437,50
Mocha (to go)	R\$ 1,85	20	R\$ 37,00	R\$ 925,00	R\$ 6,70	R\$ 134,00	R\$ 3.350,00
Pão de Queijo	R\$ 1,00	40	R\$ 40,00	R\$ 1.000,00	R\$ 2,30	R\$ 92,00	R\$ 2.300,00
Salgados	R\$ 1,50	10	R\$ 15,00	R\$ 375,00	R\$ 3,50	R\$ 35,00	R\$ 875,00
						Total =	R\$ 24.750,00

Tabela 7: Análise dos Custos x Valores de Venda dos Produtos para ser Lucrativo

O total de vendas no mês será de **R\$ 24.750,00**.

Custos Gerais + Custo Mensal = **R\$ 24.231,00**.

Custos Gerais – Vendas = **R\$ 519,00**. Para que eu tenha um lucro de R\$ 519,00 por mês, a Cafeteria deve se comportar mais ou menos como mostra a tabela acima.

A lucratividade da Cafeteria, com base nos dados da tabela acima, é de 2,09696..., ou seja, é lucrativa, pois o resultado da equação da lucratividade foi acima de 0.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não adianta ter o melhor negócio do mundo se o mesmo não consegue, ao mínimo, atingir o público certo ou se o negócio se encontra afastado do público em potencial. Por isso que o centro de Curitiba foi escolhido, onde se encontra em maior quantidade o público alvo. Há um ponto negativo nessa escolha, pois outros empreendedores também tiveram a mesma percepção. Aí que vem um pouco da análise SWOT, acrônimo de Forças (*Strengths*), Fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*). Vendo que a única grande ameaça é a concorrência, transformo isso em uma oportunidade, aonde o diferencial do meu negócio nos padrões norte-americanos irá se destacar dos demais e atrairá o público desejado. Por exemplo, eu não conseguiria atingir o meu público alvo se a Cafeteria se instalasse em um bairro, onde não é possível encontrar o número suficiente de trabalhadores, estudantes e aposentados. Estes 3 públicos são facilmente encontrados aos arredores da localidade pretendida para a Cafeteria (Rua Visconde do Rio Branco, 1630, Centro – Curitiba).

Sabendo definir o público alvo, consigo buscar a resposta para outro objetivo específico: Cardápio que agrade o maior número de pessoas. No mundo dos negócios, uma coisa puxa a outra. O fato de ter 3 públicos (trabalhadores, estudantes e aposentados), faz com que a variedade de produtos amplie na Cafeteria. Para ter mais variedade, é preciso de mais fornecedores, no caso serão 6 fornecedores. Quanto mais fornecedores, mais altos serão os gastos e a necessidade de planejamento. Para alguns fornecedores, as datas e horários para a entrega de produtos são restritos, sendo assim a Cafeteria precisa se programar com muita eficácia para que nunca falem produtos. Cada público possui uma especificidade. Por exemplo, os aposentados frequentarão a Cafeteria para, talvez, um espresso e uma boa conversa. Estes serão clientes que permanecerão por um longo tempo no estabelecimento, porém não irão consumir/gastar muito. Estudantes são clientes “rápidos”, pois sabem o que querem. Optarão por lanches rápidos, tipo sanduíches, e bebidas industrializadas. Trabalhadores serão os clientes de maior prestígio, pois frequentarão a Cafeteria com mais frequência comparado com os demais. O gasto será elevado, pois optarão por lanches e bebidas mais elaboradas

e na maior parte utilizando o sistema *to go*. Com tanta diversidade de clientes, é impossível agradar a todos fazendo o uso de poucos fornecedores.

A pesquisa feita em relação à procura do melhor ponto, público alvo, fornecedores, mapeamento de custos, e assim por diante, deixou claro que cada estabelecimento precisa ter um diferencial. Um comércio não consegue sobreviver fazendo o básico e vendendo o que todos os outros vendem. Por isso que é viável abrir uma Cafeteria nos padrões norte-americanos. É evidente que os concorrentes são a grande ameaça, por conta disso, o projeto foi desenvolvido focando no diferencial dos padrões. O público alvo é sempre uma grande preocupação, sabendo que os clientes serão a engrenagem do negócio e que tudo precisa ser focado neles. A pesquisa sobre os fornecedores foi intensa. Consequentemente, o mapeamento de custos assegura todas as informações sobre a viabilidade. Uma pesquisa extremamente detalhada, desde o custo de um canudo, até o custo com a máquina de café profissional. Este mapeamento trouxe uma conclusão clara do investimento necessário para a abertura e funcionamento da Cafeteria, que por sinal é alto e superior a tudo que havia pensado.

O fato animador é que há crescimento das vendas do café no mercado interno, assim como a exigência cada vez mais crescente em relação à qualidade e diferenciação, contribuem para o que uma Cafeteria nos padrões norte-americanos faça sucesso na cidade de Curitiba. O público curitibano gosta de novidade, qualidade e sofisticação. Claro que preço é um item fundamental e já está subentendido aqui. Para o crescimento das vendas é preciso ficar atento as tendências e inovações. – Premissas anteriores (qualidade, preço, etc.) são válidas para qualquer linha de negócio –.

Em breve, será inaugurado o *Hard Rock Café* em Curitiba, próximo à localização proposta para a Cafeteria. Por ser uma cadeia americana de restaurantes temáticos, tanto a sua estrutura, ambiente, comida e forma de atendimento se aproximam muito com o que foi apresentado para a Cafeteria. Digo isso, porque foi possível analisar a profunda e ansiosa espera dos curitibanos para tal inauguração. Comentários sobre o restaurante temático é presente em cada momento e lugar. Por que o mesmo não aconteceria com uma Cafeteria estilo *Starbucks*? Como foi dito previamente, curitibanos têm o perfil que os empresários esperam para o seu negócio dar certo. Resumindo, a Cafeteria nos padrões norte-

americanos é sim viável, porém o investidor tem que ter o perfil e coragem para assumir tal desafio e também fazer com que a Cafeteria seja exatamente nos padrões propostos neste trabalho ou a Cafeteria será apenas mais uma no meio de outras tantas espalhadas pela cidade. Quando digo alguém com perfil e coragem, seria alguém que está disposto a desembolsar R\$ 76.032,40 para montar uma Cafeteria e também desembolsar mensalmente o valor de R\$ 24.231,00 para ter um lucro de R\$ 519,00, alguém com perfil extremamente ousado e inovador. No meu caso que tenho um perfil conservador, a aventura de abrir uma Cafeteria não corresponde exatamente a minha ambição profissional, pois definitivamente não tenho o perfil para isso.

Antes de começar a escrever esse projeto, tinha uma ideia completamente avessa a toda essa realidade que foi descrita no documento. Acreditava que, principalmente, os valores (custos e despesas) seriam mais baixos, tanto com relação aos equipamentos e os custos com funcionários. É também um pouco assustador o fato de ser necessário vender 255 itens por dia ou 6.375 itens por mês para haver o lucro de somente R\$ 519,00.

Talvez o sucesso da *Starbucks* esteja no fato que ela não investir somente em lojas no Brasil. Se a *Starbucks* fosse brasileira, talvez não estivesse no patamar onde ela se encontra hoje. Os custos no nosso país são muito altos, desde os impostos embutidos nos produtos até os encargos com funcionários. Se você é uma pessoa digna, precisa trabalhar muito para conseguir pouco.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIC – Associação Brasileira de Indústria de Café. Disponível em: <<http://www.abic.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?tpl=home>>. Acesso em: 21 de Outubro de 2014.

As 10 Empresas Mais Admiradas do Mundo, Segundo a *Fortune*. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/apple-e-a-empresa-mais-admirada-do-mundo-confira-as-outras#6>>. Acesso em: 17 de Outubro de 2014.

BRASMAQ – Comércio de Máquinas. Disponível em: <<http://www.brasmaqsp.com.br>>. Acesso em: 03 de Abril de 2015.

Café Store – A Sua Loja de Café a Qualquer Hora. Disponível em: <<http://www.cafestore.com.br>>. Acesso em: 13 de Abril de 2015.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

Comece Certo – Cafeteria. Disponível em: <http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/ComeceCerto/Cafeteria.pdf>. Acesso em: 22 de Outubro de 2014.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em Negócios**. 12. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

Drink Good Coffee. Disponível em: <<http://drinkgoodcoffee.com.br>>. Acesso em: 15 de Abril de 2015.

EXAME – Cafeterias. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/topicos/cafeterias>>. Acesso em: 17 de Outubro de 2014.

Exame PME – Como Montar um Café. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/como-montar-um-cafe>>. Acesso em: 28 de Outubro de 2014.

Kassai Café – Cafeteria – Passo a Passo. Disponível em: <http://www.kassaicafe.com.br/wp-content/uploads/2013/10/manual_como_montar_uma_cafeteria_kassai_cafe.pdf>. Acesso em: 28 de Outubro de 2014.

Liquori – *Caffè Gourmet*. Disponível em: <<http://www.liquoricaffe.com.br>>. Acesso em: 01 de Abril de 2015.

SEBRAE – Boletim – Mercado de Cafeteria. Disponível em: <http://www.sebrae2014.com.br/Sebrae/Sebrae%202014/Boletins/2014_06_26_BO_Maio_Turismo_Cafeteria_.pdf.pdf>. Acesso em: 21 de Outubro de 2014.

NAKAGAWA, Marcelo. **Plano de Negócio – Teoria Geral**. 1. ed. São Paulo: Manole, 2011.

Starbucks Mira no Brasil e Garante: Há Planos de Expansão. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/starbucks-mira-no-brasil-e-garante-ha-planos-de-expansao>>. Acesso em: 18 de Outubro de 2014.

Starbucks Plant Design. Disponível em: <http://www.gezabottlik.com/310/07Project202_billyjun_Starbucks20Plant20Project202.pdf>. Acesso em: 31 de Março de 2015.

Valor – Lucro Líquido da *Starbucks* cresce 15,9% no 2º Trimestre Fiscal. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/empresas/4019216/lucro-liquido-da-starbucks-cresce-159-no-2>>. Acesso em: 25 de Abril de 2015.

